

# 爱沙尼亚——中国建材产品的『金盆地』

## 1 爱沙尼亚建材行业概况

爱沙尼亚建材业应该说是新兴产业,像水泥、沙石等建筑材料虽在原苏联时期已有生产,但在爱沙尼亚刚刚独立的90年代初期,水泥生产下降了90%,基本处于停产状态。只是最近几年随着经济的增长,爱沙尼亚建材工业兴起并迅速发展,成为经济中最为活跃的产业之一。现在,爱沙尼亚建材行业有水泥、钢材、钢筋水泥、墙壁纸、填充材料、沙石、砖、油漆、粘合剂、门窗等70多家生产企业,从业人员6000多人,分布在10个城市中。

自2000年以来,爱沙尼亚建材的生产和出口量以惊人的速度发展,尤其是水泥、碎石料、沙料、混凝土浆的产量每年以40%~50%的速度增长。2003年,爱沙尼亚全国生产水泥70万t,除了供应国内,还大量出口。同年建筑业人均使用水泥275kg,超过其他波海邻国及瑞典等国。

爱沙尼亚建材协会的统计资料显示,2003年建材行业产值达67.69亿克朗(约为5.4亿美元),出口额为16.82亿克朗(约为1.34亿美元)。

爱沙尼亚出口的建材产品主要有:水泥、沙石、砖、墙壁纸、填充材料、门、窗等;出

口对象国主要是拉脱维亚、立陶宛、芬兰和俄罗斯。

许多种建材产品爱沙尼亚本国不能生产,只能依靠进口。例如,铺地面和贴墙面的高档瓷砖、各式

洁具、塑料、有色玻璃等;有些产品即使国内能够生产,或因供不应求或因交换品种等原因也需进口,例如钢材、木材、水泥、沙石料等。

遗憾的是,爱沙尼亚建材协会没有这方面的统计资料;国家统计局也没有将建材产品的进出口单独统计,而是与其它类产品混合列入金属及其制品、塑料及其制品、木材及其制品、日杂品等项,因此无法获得准确的统计数字。根据分解的统计资料,爱沙尼亚每年进口建材产品约为181亿克朗(约14亿美元)。

## 2 充满商机的建材市场

爱沙尼亚是一个只有136万人口的小国,整个消费市场规模狭小,过去几乎没有专门的建材商店。近年来,建材商店、市场不断增多,已逐渐形成规模并不断发展壮大。

### 2.1 建材市场迅速发展的原因

建材市场的发展与建筑业的发展密不可分。近年来,爱沙尼亚建筑市场规模不断扩大。国家统计局的资料显示,2003年的建筑市场规模比2002年扩大10%,2004年预计将进一步扩大。独立之初,爱沙尼亚建筑工人主要到芬兰等北欧国家工作,自2000年起伴随国内建筑规模的不断扩大,建筑工人短缺,很多建筑工人已从国外回到国内。

### 2.2 购、建私房热潮兴起

由于爱经济发展态势良好、增长迅速,人均工资提高较快,加上2002年下半年以来欧洲设在爱沙尼亚的银行不断降低贷款利率,2003年又先后推出对私人购、建房提供优惠贷款等刺激私人消费措施,致使很多爱居民争相贷款购房、建房,掀起了购、建新宅的热潮,相应的建筑商、房地产商也活跃起来。2003年,爱交付使用的住宅建筑面积达50万 $m^2$ ,是近年来建设新房最多的一年,比1998年增长25%。即便如此还是供不应求,新宅价格上涨,进一步刺激了建筑商的积极性。

### 2.3 外资在爱投资建厂,兴建超市商场

优越的地理位置、良好的投资环境,加上入盟入约的光环,使爱沙尼亚成为外资看好的地方。许多欧洲国家的投资商到爱投资建厂,大兴土木兴建超市商场。截至2003年底,爱首都塔林是个只有40万人口的城市,已新建了10个超过1万 $m^2$ 面积的大型超市商场;商场总面积达50万 $m^2$ ,人均1.2 $m^2$ ,

远远高于拉脱维亚的里加和立陶宛的维尔纽斯。

#### 2.4 利用欧盟援助基金修建公路及改造企业

近年来,爱沙尼亚每年从欧盟获得几千万欧元的发展援助基金用于修路和调整企业结构、改造企业。爱建筑工程不断、建筑材料需求旺盛,这使得本来就不断升温的建材市场更趋红火。

### 3 加入欧盟为爱建材市场增添商机

#### 3.1 入盟使爱不动产升值

入盟后的爱沙尼亚更加成为外商投资的热土,尤其是俄罗斯商人。爱入盟前爱俄两国关系紧张、矛盾重重。虽然过去很长时间同属一国,现在又毗邻而居,但俄在爱的直接投资一直为零。2003年下半年以来,随着爱入盟日程的临近,俄商直接投资迅猛增长。其目的是抢占爱市场作为进入欧盟的桥头堡。除了投资建厂、建码头,还把目光投向爱不动产,致使爱不动产不断升温,建筑商、房地产商更加活跃,建筑海滨别墅热潮正在兴起。

#### 3.2 旅游业的发展也为建材市场增添生机

爱沙尼亚每年接待300多万主要来自芬兰、瑞典等北欧国家的游客。今年,爱政府把旅游业作为国家重点发展的产业,并为此简化了来自俄罗斯、乌克兰等独联体国家的公民5天以内的旅游签证手续,无需任何邀请。为了吸引旅游者,爱要兴建各种服务设施,包括旅客娱乐、住宿、健身等各种场所,这就需要新建、改建宾馆、饭店、游乐场地等。因此,建材行业被普遍看好,建材市场充满商机。

#### 3.3 建材市场的商机将延伸和扩展

爱沙尼亚建材市场升温比另外两个波罗地海国家来的要早,这与爱经济发展及人均收入增加有关。爱人均超市面积远高于拉脱维亚和立陶宛,也可能高于某些东欧国家。到爱沙尼亚投资的俄国商人盯着欧盟市场,而其他来爱投资的欧盟国家商人盯向拉脱维亚、立陶宛、俄罗斯及其它独联体国家。因此,爱周边邻国的建筑业也会因购买住宅、兴建超市商场、饭店、旅馆而迅速发展。建筑市场的勃勃生机必将由爱沙尼亚延伸并扩展至邻国,这种潜在的商机应是可以预见的。

#### 3.4 中国某些建材产品已进入爱市场

爱沙尼亚的建材产业虽有长足发展,但远远赶不上市场需要,而且许多品种至今爱还不能生产,主要从欧洲或俄罗斯进口。随着对中国经济的深入了解,自2002年起中国的门锁、水龙头等产品开始

出现在爱建材商场。进入2003年,中国生产的铺地瓷砖、洗手间贴墙瓷砖、洁具、浴缸也开始成为爱沙尼亚人光顾建材市场的选择目标。

据我们了解,近年参加"中国出口商品交易会"的爱进口商中,"WERMSTOCK"、"VIPEX"、"E-HITVSEABC"等公司就从中国进口建材产品。通过对这些进口商的走访,我们了解到:他们从中国主要进口各种高档水龙头、洗手间洁具和高档瓷砖等。他们认为中国的洁具"设计美观、质量上乘",价格具有绝对竞争性。当然也有不尽人意之处,例如,今年3月份爱沙尼亚BRANSONTRADINGLTD公司从厦门宁翔进出口有限公司进口了一批瓷砖,货到后外方反映质量太差,经我们核实,的确如此,根本无法使用。后在我驻爱使馆努力下,问题终于得到了解决。我们要提醒中国商人:一定要讲究诚信、重视商品质量。爱沙尼亚商人从中国进口一般是先付款,中国方面收到货款后发货。因此,保质保量把货物送到客户手中是出口商的责任。幸运的是,上述案例在爱并不多见。总的来讲,中国建材产品已经并正在受到爱沙尼亚消费者的欢迎。

几点建议:

1)中国建材商应抓住商机,以质优价廉的商品占领爱洁具、高档瓷砖市场。这类商品爱本国不能生产,过去多从德国、瑞典、意大利等国进口,现在爱进口商已开始转向中国市场。中国占领这类建材产品市场是完全可能的。

#### 2)在爱设立建材批发商店

爱沙尼亚一些刚刚新建、规模较小的洁具商店及其它建材商店多从芬兰、德国等邻国进货。他们认同中国的商品质量上乘、价格便宜,但因路途遥远、成本较高等原因,还不敢贸然开始从中国进口。如果中国能在爱设立一个批发市场,使这些客户经销中国产品,这将是中国产品占领爱市场的重要途径。

#### 3)建立区域性的建材市场

建材产品可以储存,不像纺织服装产品更新迅速。爱与周边邻国交通发达,如能建立涵盖波海三国及其俄罗斯等区域性的建材批发市场将更是有作为。

总之,爱沙尼亚建材市场充满商机,同时存在延伸和扩展的可能。

(网 仔)